



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年手机行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年手机行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/98008.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

2009年国内手机市场将继续面临国际金融危机等因素的影响，但随着运营商重组尘埃落定和3G时代的来临，无论洋品牌还是国产品牌的手机厂商们都看到了希望。用"初春乍寒"形容眼下的手机行业，是恰当的，在经历国内同质化竞争、国际新产品冲击后，3G牌照的发放、电子信息产业振兴规划获得通过，激发了手机业界对于"春天"的企盼。中国手机业面临新的发展机遇，手机业的春天即将到来。当前我国手机市场面临三大发展动力。第一是3G时代三大运营商的集采，第二个是手机存量用户的大规模升级换代，第三则是"家电下乡"带来的机会，2009年将是中国手机业转型并扩张的一年。

据工业和信息化部预测，随着第三代移动通信(3G)技术的成熟和商用、手机智能化，网络化和增值服务水平的提高等，预计中国3G用户将在2009年下半年呈现快速增长，这也将带动3G手机销量的大幅提高。预测三大运营商2009-2011年3G投资分别为1300亿元、1000亿元和700亿元，三年3G总投资额为3000亿元。但不排除各大运营商积极响应政府拉动内需的部署，以及竞争的需要，2009年投资步伐比预期的更快一些。这些都为手机业发展带来新的机遇。

智能化、个人化、媒体化、宽带化将是中国手机未来一段时间的发展方向，其中，高像素、智能操作系统、触摸屏、GPS等四项功能有望成为"行业新宠"。当手机的价格达到一定水平后，高像素、智能操作系统等功能的贡献率将逐步提高，以高像素功能为例，在2000元至2500元区间，500万像素功能对价格的贡献率为5.2%，而在4000元以上区间，500万像素的贡献率则达到78.3%。

我国手机行业2009年将呈现五大趋势。一是2009年国内手机市场盘整期将延续，2009年上半年市场增长仍然会比较乏力。至少在2009年上半年都会延续2008年的态势，难以出现新的市场突破。二是3G市场启动将成为市场发展的转折点。三是运营商将进一步强化终端定制环节。四是3G影响下整体市场将出现新一轮的洗牌，新的竞争格局将逐步形成。五是iPhone和Android等产品将可能进入国内市场。尽管全球手机出货量预计下降5%，但中国国内手机市场2009年将保持增长，2009年中国国内手机市场将达到2.4亿部，比2008年增长7.7%。中国的三家无线运营商正在通过降低服务费来吸引新用户，这将大大刺激初次买家的需求。预计2009年新增用户将超过9000万个。而且，越来越多的原有手机用户将申请第二个号码。除此之外，政府扩大对消费电子设备的补贴范围，将刺激农村地区的需求。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、中关村在线调研中心、诺盛电信咨询、易观国际、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息和专业研究单位等公布和提供的大量资料，并结合对手机制造商和手机经销商等业内企业的访谈，以及对手机消费者的调查研究。报

告立足于全球手机市场，对我国手机行业的发展现状、市场关注、细分行业、行业竞争格局、领先企业等进行了研究，并重点分析了手机市场的销售状况，现阶段中国手机行业面临的冲击以及企业的应对策略。报告综合了手机产业以及手机销售渠道、消费者分析等重要板块的内容，并对国家手机政策进行了介绍和政策趋向分析判断，为我国手机企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 手机行业发展概述

第一节 手机行业概述

一、手机的定义

二、手机的特性

第二节 手机的主要特点及分类

一、手机的特点

二、手机的分类

第二章 国外手机行业发展分析

第一节 国际手机行业发展轨迹综述

一、国际手机行业发展历程

二、国际手机行业发展面临的问题

三、国际手机行业技术发展现状及趋势

第二节 国际手机市场发展现状

一、2008-2009年全球手机产量情况分析

二、2008-2009年全球手机销售情况分析

三、2008-2009年全球手机销售情况分析

四、2008-2009年全球新型手机研发情况

第三节 部分国家手机市场发展分析

一、2008-2009年美国手机市场分析

- 二、2008-2009年日本手机产品分析
- 三、2008-2009年韩国手机市场分析
- 四、2008-2009年德国手机市场分析

第三章 我国手机行业发展现状

第一节 2008年中国手机行业发展状况

- 一、2008年手机行业发展状况分析
- 二、2008年中国移动电话机产量统计
- 三、2008年中国手机行业发展动态
- 四、2008年手机行业经营业绩分析

第二节 2008年中国手机行业售后服务分析

- 一、2008年度手机行业质量问题分析
- 二、2008年中国手机售后服务调查
- 三、2008年手机行业用户搜索热点简况

第三节 2009年手机行业发展机遇和挑战分析

- 一、2009年手机行业发展机遇分析
- 二、3G为手机行业带来良机分析
- 三、2009年金融危机对手机行业影响

第四章 手机行业经济运行分析

第一节 2008-2009年手机产量分析

- 一、2008年手机产量分析
- 二、2009年1季度手机产量分析

第二节 2008-2009年手机行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年手机行业主要经济指标分析
- 三、2009年1季度手机行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国手机行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第五章 手机行业进出口分析

第一节 2008年中国手机市场对外贸易

- 一、2008年手机出口总量
- 二、2008年手机出口集中度
- 三、2008年手机出口企业份额
- 四、2008年手机出口价格情况

第二节 2009年中国手机市场对外贸易

- 一、2009年1季度手机出口总量
- 二、2009年1季度手机出口价格
- 三、2009年1季度手机出口集中度
- 四、2009年1季度手机出口企业

第三节 我国手机出口分析预测

- 一、2009-2012年我国手机出口总量预测
- 二、2009-2012年我国手机出口金额预测
- 三、2009-2012年我国手机出口价格预测
- 四、2009-2012年我国手机出口集中度预测

第六章 中国手机市场消费分析

第一节 2008-2009年手机用户研究分析

- 一、用户特征概括
- 二、用户特征研究
- 三、用户上网行为研究
- 四、主流品牌用户特征研究

第二节 2008年中国手机市场热门机型分析

- 一、市场概述与主要结论
- 二、热门机型现状与特征
- 三、热门机型产品结构特征
- 四、主流厂商热门机型分析
- 五、热门机型演变趋势分析

第三节 2008-2009年中国手机市场分析

一、市场概述

二、手机整体市场分析

三、市场关注度分析

四、市场发展趋势分析

五、行业发展策略

第四节 中国手机市场季度分析

一、2008年1季度我国手机市场分析

二、2008年2季度我国手机市场分析

三、2008年3季度我国手机市场分析

四、2008年4季度我国手机市场分析

五、2008年5季度我国手机市场分析

第七章 中国手机细分市场分析

第一节 3G手机市场分析

一、市场概述

二、市场关注状况

三、市场发展状况

四、3G终端产品分析

五、中国3G业务发展状况

六、市场机遇与挑战

七、市场走势与策略

八、2009年3G手机市场发展分析

第二节 智能手机市场发展分析

一、金融危机对智能手机市场影响

二、2008年智能手机市场发展状况

三、2008年热门智能手机市场分析

四、2009年智能手机市场分析

第三节 拍照手机市场发展分析

一、高像素拍照手机市场现状

二、高像素手机产品分布特征

三、主流厂商竞争力对比

四、市场发展动态

第四节 中国电视手机市场分析

- 一、市场概述
- 二、关于手机电视
- 三、中国手机电视市场概况
- 四、中国手机电视用户调查
- 五、电视手机市场前景调查
- 六、手机电视市场机遇与挑战

第五节 中国游戏手机市场调查分析

- 一、市场概况
- 二、调查概况
- 三、用户使用状况调查
- 四、消费行为特征调查
- 五、主流用户消费行为调查
- 六、游戏手机市场前景
- 七、市场发展策略分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 手机行业竞争格局分析

第一节 中国手机行业结构分析

- 一、行业的省份分布概况
- 二、行业销售集中度分析
- 三、行业利润集中度分析
- 四、行业规模集中度分析

第二节 我国低端手机厂商竞争分析

- 一、低端手机市场竞争概述
- 二、低端手机市场现状
- 三、产品结构研究
- 四、品牌竞争力研究
- 五、五大品牌产品线研究
- 六、市场竞争潜力分析

第三节 2008-2009年我国手机竞争分析

- 一、2008-2009年我国手机品牌竞争分析

- 二、国内外手机厂商竞争力对比分析
- 三、2009年3G手机市场竞争分析
- 四、2008年国内外手机竞争分析
- 五、2008年我国手机市场竞争分析
- 六、2008年我国手机市场集中度分析
- 七、2009年国内主要手机企业动向
- 八、2009年国内手机拟在建项目分析

第九章 手机企业竞争策略分析

第一节 手机市场竞争策略分析

- 一、2009年手机市场增长潜力分析
- 二、2009年手机主要潜力品种分析
- 三、现有手机产品竞争策略分析
- 四、潜力手机品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 手机企业竞争策略分析

- 一、金融危机对手机行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后手机行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国手机市场竞争趋势
- 四、2009-2012年手机行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年手机行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年手机企业竞争策略分析

第十章 手机重点企业竞争分析

第一节 诺基亚

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 摩托罗拉公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 三星集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 宁波波导股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 四川长虹集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 索尼爱立信

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 联想移动通信科技公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 康佳集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 TCL集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 手机行业发展趋势分析

第一节 手机研发趋势分析

一、手机研究开发新趋势

二、手机主要品种发展趋势

第二节 2009年手机行业发展趋势

一、2009年全球手机产业前景分析

二、2009年手机行业前景预测

三、2009年无线产业发展趋势

四、2009年中国手机市场增长预测

第三节 我国手机流行趋势

一、2009年手机流行趋势解析

二、2009年手机流行趋势预测

三、2009年手机体验营销流行趋势

第四节 细分手机发展趋势

一、3G手机市场发展前景

二、2009年智能手机市场发展趋势

三、2009年全屏触控手机市场发展趋势

四、中国双待手机市场新趋势

第十二章 未来手机行业发展预测

第一节 2009-2012年国际手机市场预测

一、2009-2012年全球手机行业产能预测

二、2009-2012年全球手机市场需求前景

三、2009-2012年全球手机市场价格预测

第二节 2009-2012年国内手机市场预测

一、2009-2012年国内手机行业产能预测

二、2009-2012年国内手机行业产量预测

三、2009-2012年国内手机市场需求前景

四、2009-2012年国内手机市场价格预测

五、2009-2012年国内手机行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 手机行业投资现状分析

第一节 2008年手机行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度手机行业投资情况分析

一、2009年1季度总体投资及结构

二、2009年1季度投资规模情况

三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资分析

五、2009年1季度分地区投资分析

六、2009年1季度外商投资情况

第十四章 手机行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年手机行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

一、电子产业振兴规划概述

二、电子产业振兴规划细则

三、电子产业振兴规划三大任务

四、电子产业振兴规划六大工程

五、电子产业振兴规划十项措施

六、电子产业振兴规划的意义与作用

七、电子产业振兴规划对手机行业的影响

第十五章 手机行业投资机会与风险

第一节 手机行业投资效益分析

一、2008-2009年手机行业投资状况分析

二、2009-2012年手机行业投资效益分析

三、2009-2012年手机行业投资趋势预测

四、2009-2012年手机行业的投资方向

五、2009-2012年手机行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响手机行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响手机行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响手机行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响手机行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国手机行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国手机行业发展面临的机遇分析

第三节 手机行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年手机行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年手机行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年手机行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年手机行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年手机同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年手机行业其他风险及控制策略

第十六章 手机行业投资战略研究

第一节 手机行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国手机品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、手机实施品牌战略的意义
- 三、手机企业品牌的现状分析
- 四、我国手机企业的品牌战略
- 五、手机品牌战略管理的策略

第三节 手机行业投资战略研究

- 一、2009年通讯产业行业投资战略
- 二、2009年我国手机行业投资战略
- 三、2009-2012年手机行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：2007-2009年全球手机市场销量及增长情况

图表：2007-2009年中国手机市场销售量及增长率

图表：2007-2009年中国手机市场销售额及增长率

图表：2008年手机行业搜索指数

图表：2008年整体手机产品均价月度变化

图表：2008年手机品牌总体关注度排行

图表：2008年十大手机品牌产品全年均价

图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top1-4）

图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top5-10）

图表：2008年十大上升最快手机品牌

图表：2008年国内外手机品牌关注度对比

图表：2008年手机型号关注度总体排行

图表：2008年十大手机型号全年均价

图表：2008年新上市手机关注度排行

图表：2008年网民关注的手机功能

图表：2008年网民关注的手机功能变化

图表：2008年不同像素手机产品均价月度变化

图表：2008年音乐、智能手机产品均价月度变化

图表：2008年智能手机网民最关注的品牌

图表：2008年音乐手机网民最关注的品牌

图表：2008年网民关注的手机款式

图表：2008年网民关注的手机款式变化

图表：2008年网民关注的手机颜色

图表：2008年手机网民的省份分布

图表：2008年手机网民的地域分布（城市级别）

图表：2008年手机网民的兴趣爱好

图表：2008年智能/音乐手机网民的偏好对比

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计

图表：2006-2008年手机行业投诉量对比

图表：2007-2008年手机行业月度投诉量对比分析

图表：2008年手机行业投诉主要来源图

图表：2007年手机行业投诉主要来源图

图表：2008年手机行业投诉主要问题明细图

图表：2008年手机行业投诉外壳/键盘掉漆裂损投诉量排名前四品牌

图表：2008年手机行业投诉屏显故障投诉量排名前五品牌

图表：2008年手机行业投诉非正常开关机投诉量排名前五品牌

图表：2008年手机行业投诉信号差问题投诉量排名前三品牌

图表：2008年诺基亚N73信号差问题月投诉趋势

图表：2008年手机行业投诉售后服务态度投诉量排名前十品牌

图表：2008年手机行业投诉多次维修投诉量排名前五品牌

图表：2008年手机行业投诉维修时间长投诉量排名前五品牌

图表：2008年手机行业虚假宣传/价格欺诈问题投诉量排名前十手机专业卖场

图表：2008年手机行业投诉量排名前十卖场

图表：2008年手机行业投诉解决时效分析

图表：2008年手机行业投诉受理结果分析

图表：2008年手机行业投诉量排名

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模

图表：调查样本的性别分布

图表：调查样本的年龄分布

图表：调查样本的受教育程度分布

图表：调查样本的职业分布

图表：调查样本的收入分布

图表：消费者接受的服务内容分布

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布

图表：四项维修指标调查结果对比

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布

图表：六项服务指标调查结果对比

图表：2008年手机行业搜索指数

图表：2008年手机品牌总体关注度排行

图表：2008年中国手机用户性别分布

图表：2008年中国手机用户年龄分布

图表：2008年中国手机用户所在区域分布

图表：2008年中国手机用户城乡分布

图表：2008年中国手机用户婚姻状况分布

图表：2008年中国手机用户个人月收入分布

图表：2008年中国手机用户家庭月收入分布

图表：2008年中国手机用户受教育程度分布

图表：2008年中国手机用户所在行业分布

图表：2008年中国手机用户所在单位人员规模分布

图表：2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电影

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电视

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——体育

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——购物

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息

图表：2008年中国手机用户上网地点分布

图表：2008年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布

图表：2008年中国手机用户网络广告点击行为分布

图表：2008年Q2手机功能关注度排行

图表：2008年主流品牌手机用户年龄分布对比

图表：2008年主流品牌手机用户个人月收入分布对比

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——音乐

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电影

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电视

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——游戏

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——阅读

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——艺术

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——体育

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——购物

图表：2008年中国手机市场百款热门机型上市时间分布

图表：2008年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布

图表：2008年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同品牌单款产品关注度贡献值对比

图表：2008年百款热门机型与整体市场六大品牌关注比例对比

图表：2008年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布

图表：2008年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同价格区间产品关注对比

图表：2008年百款热门机型均价与整体市场均价对比

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同功能产品均价对比

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同像素产品均价对比

图表：2008年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布

图表：2008年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同功能产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同像素产品数量分布

图表：2008年百款热门机型中主流像素产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中触摸屏手机与GPS手机关注度分布

图表：2008年诺基亚热门机型产品线分布

图表：2008年诺基亚不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2008年诺基亚不同功能热门机型产品数量分布

图表：2008年索尼爱立信热门机型产品线分布

图表：2008年索尼爱立信不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2008年索尼爱立信不同功能的热门机型产品数量分布

图表：三星热门机型产品线分布

图表：2008年三星不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2008年三星不同功能热门机型产品数量分布

图表：2008-2009年未来手机新兴功能调查

图表：2008-2009年中国手机销售业绩最好的区域

图表：2008-2009年手机关注度调查

图表：2008-2009年手机价格区间调查

图表：2008-2009年手机使用年限调查

图表：2008-2009年智能手机系统调查

图表：2008年第1季度中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势

图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势

图表：2008年第1季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布

图表：2008年第1季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势

图表：2008年第1季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第1季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第1季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2008年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势

图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势

图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年1月-3月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势

图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2008年4月-6月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年4月-6月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2008年第2季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布

图表：2008年第2季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008年第2季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌排行榜

图表：2008年第2季度最受关注的十大300万像素及以上拍照手机品牌分布

图表：2008年第2季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年4月-6月中国七大区域手机市场关注走势

图表：2008年第2季度七大区域市场主流品牌格局分布

图表：2008年第2季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第2季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第2季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表：2008年第2季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年4月-6月不同像素拍照手机关注比例走势对比

图表：2008年第2季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年4月-6月不同价位区间手机关注比例走势

图表：2008年第2季度不同设计类型手机关注比例分布

图表：2008年第2季度整体手机市场价格指数走势

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年第2季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年4月-6月整体手机市场均价走势

图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机市场均价走势对比

图表：2008年4月-6月主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第2季度中国手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度音乐手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度智能手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度200万像素拍照手机市场产品均价对比

图表：2008年第2季度300万及以上拍照手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第3季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2008年第3季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化

图表：2008年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年第3季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布

图表：2008年第3季度最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布

图表：2008年第3季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况

图表：2008年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势

图表：2008年第3季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布

图表：2008年第3季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第3季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区

图表：2008年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区

图表：2008年第3季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第3季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布

图表：2008年7月-9月音乐手机与智能手机用户关注比例走势

图表：2008年第3季度不同像素手机关注比例分布

图表：2008年7月-9月不同像素手机关注比例走势

图表：2008年第3季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年7月-9月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第3季度整体手机市场价格指数走势

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年第3季度整体手机市场均价走势

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价对比

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比

图表：2008年第4季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2008年第4季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化

图表：2008年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年第4季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况

图表：2008年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势

图表：2008年第4季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布

图表：2008年第4季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第4季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第4季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区

图表：2008年第4季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度诺基亚与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年第4季度三星与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年第4季度索尼爱立信与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年第4季度摩托罗拉与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布

图表：2008年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比

图表：2008年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比

图表：2008年10月-12月不同像素手机关注比例走势

图表：2008年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年10月-12月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第4季度整体手机市场价格指数走势

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年第4季度整体手机市场均价走势

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价对比

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价调整对比

图表：2008年10月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年9月与10月最受用户关注的十大品牌排名与关注对比。

图表：2008年9月与10月不同类型手机关注比例对比

图表：2008年10月音乐手机、智能手机与3G手机这三大细分市场最受用户关注的前十大品牌排行榜对比

图表：2008年10月不同价位手机关注比例分布

图表：2008年9月与10月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年10月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年9月与10月不同像素拍照手机关注比例分布对比

图表：2008年11月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年10月与11月十大品牌关注比例变化对比状况

图表：2008年10月与11月不同类型手机关注比例对比

图表：2008年11月不同价位手机关注比例分布

图表：2008年10月与11月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2008年11月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年10月与11月不同像素拍照手机关注比例分布对比

图表：2008年10月与11月整体手机市场价格指数走势对比

图表：2008年10月与11月手机市场降价产品数量与降价产品比重对比

图表：2008年11月整体手机市场均价走势

图表：2008年11月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年11月音乐手机与智能手机降价产品数量与降价产品比重对比

图表：2008年11月音乐手机与智能手机产品均价走势对比

图表：2008年11月主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年11月主流像素拍照手机降价数量与降价比重对比

图表：2008年11月主流向苏拍照手机产品均价走势对比

图表：2008年11月降价产品数量最多的十大厂商分布

图表：2008年11月主流厂商手机产品均价对比

图表：2008年11月音乐手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年11月智能手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年12月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年11月与12月十大品牌排行榜对比状况

图表：2008年11月与12月不同类型手机关注比例对比

图表：2008年12月不同功能机型消费者关注的十大品牌分布

图表：2008年12月不同价位手机关注比例分布

图表：2008年11月与12月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2008年12月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年11月与12月不同像素拍照手机关注比例分布对比

图表：2009年1月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2009年1月不同类型手机关注比例对比

图表：2009年1月细分音乐手机与智能手机市场消费者关注的十大品牌分布状况

图表：2009年1月最受关注的前十款音乐手机

图表：2009年1月最受关注的前十款智能手机

图表：2009年1月最受关注的前十款3G手机

图表：2009年1月不同价位手机关注比例分布

图表：2009年1月1000-2000元与2001-3000元价格段手机品牌关注比例对比

图表：2009年1月最受关注的前十款1000-2000元手机

图表：2009年1月最受关注的前十款2001-3000元手机

图表：2009年1月整体手机市场价格指数走势

图表：2009年1月整体手机市场均价走势

图表：2009年1月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2009年1月音乐手机与智能手机降价产品数量与降价产品比重对比

图表：2009年1月音乐手机与智能手机产品均价走势对比

图表：2009年1月主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2009年1月主流像素拍照手机降价数量与降价比重对比

图表：2009年1月主流像素拍照手机产品均价走势对比

图表：2009年1月降价产品数量最多的十大厂商分布

图表：2009年1月主流厂商手机产品均价对比

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款手机

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款音乐手机

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款智能手机

图表：2009年2月最受用户关注的手机品牌分布图

图表：2009年1-2月中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌对比变化表336

图表：2009年2月不同类型产品关注对比图337

图表：2009年2月音乐手机和智能手机最受用户关注的十大品牌排行对比表

图表：2009年2月中国手机市场用户不同价位关注分布图

图表：2009年2月中国手机市场主流价格区间最受关注手机品牌排行对比

图表：2009年2月最受用户关注的手机像素分布图

图表：2009年2月主流像素手机品牌关注排行对比表

图表：2008年最受用户关注的十大3G手机品牌分布

图表：2008年最受用户关注的主流WCDMA手机品牌分布

图表：2008年最受用户关注的主流TD-CDMA手机品牌分布

图表：2008年WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2008年用户关注的WCDMA与TD-SCDMA手机数量对比

图表：2008年1月-11月TD-SCDMA手机用户关注比例走势

图表：2008年中国十大城市TD基站建设状况

图表：2008年系统设备商市场分布状况

图表：WCDMA与TD两大标准主要参数对比

图表：2008年不同价位WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2008年用户关注度最高的前五款WCDMA与TD手机

图表：3G手机市场购买潜力调查

图表：用户对3G业务了解状况调查

图表：消费者希望的3G业务调查

图表：2008年上半年不同操作系统智能手机在中国市场的分布状况

图表：2008年1-6月中国智能手机市场用户关注比例走势

图表：2008年上半年中国智能手机市场最受用户关注的十大品牌分布

图表：单款产品贡献率最高的前十大智能手机厂商

图表：不同功能产品数量比例与关注比例分布

图表：不同价位区间智能手机关注度分布

图表：不同价位区间单款产品关注度贡献值

图表：不同像素手机关注比例与数量分布比例对比

图表：不同像素手机单款产品关注度贡献值

图表：不同设计类型智能手机产品数量分布状况

图表：2008年不同显示屏尺寸大小的智能手机产品数量分布状况

图表：2007年1月-2008年6月高像素拍照手机关注比例走势

图表：2008年1-6月高像素拍照手机数量变化及在整体市场中的比重分布

图表：2008年上半年高像素手机上市新品数量分布状况

图表：2008年上半年高像素拍照手机在新品中的比重

图表：不同价位区间高像素拍照手机分布状况

图表：音乐手机与智能手机产品数量分布状况

图表：十大厂商高像素拍照手机数量分布状况

图表：主流厂商不同价位高像素拍照手机产品数量分布

图表：三星高像素拍照手机数量分布状况

图表：索尼爱立信高像素拍照手机产品线分布状况

图表：诺基亚高像素拍照手机产品线分布状况

图表：调查对象性别分布

图表：调查对象年龄分布

图表：调查对象月收入分布状况

图表：调查对象对电视手机的认识时间调查分布

图表：调查对象对手机电视的标准认知度分布

图表：调查对象平时喜爱的电视节目内容分布

图表：调查对象用手机看电视节目的时间分布

图表：调查对象用手机看电视的时间长度分布

图表：调查对象接受的资费支付方式分布

图表：调查对象对电视手机发展前景的看法分布

图表：调查对象未来是否会购买电视手机的分布状况

图表：调查对象认为制约电视手机发展的主要因素分布

图表：调查对象对产品方面的关注分布状况

图表：被调查者性别分布对比

图表：被调查者不同年龄段分布对比

图表：被调查者受教育程度分布比例

图表：被调查者不同职业分布比例

图表：被调查者不同收入分布比例

图表：样本区域分布状况

图表：被调查者是否拥有手机

图表：被调查者不同品牌手机分布比例

图表：被调查者手机主要用途调查

图表：被调查者是否用手机玩过游戏

图表：被调查者玩游戏手机的频率

图表：每次玩手机游戏大约花费的时间

图表：用手机玩游戏的场合

图表：手机游戏的操作平台调查

图表：玩游戏过程中关注性能调查

图表：手机游戏内容的主要来源

图表：喜欢手机内置游戏还是下载游戏调查

图表:手机内置游戏的种类调查

图表：用户喜欢的内置游戏种类调查

图表：消费者喜欢的非手机内置游戏调查

图表：主流年龄段用户拥有手机状况对比

图表：使用手机情况对比

图表：对内置游戏与非内置游戏的态度对比

图表：喜欢的内置游戏对比

图表：喜欢的非内置游戏对比

图表：不同年龄段用户玩手机游戏过程中关注方面对比

图表：被调查者是否有购买手机计划

图表：对游戏手机市场前景的看法调查

图表：阻碍游戏手机市场发展因素调查

图表：潜在用户可接受价位调查

图表：计划购买游戏手机的用户品牌选择调查

图表：主流厂商预购率与实际分布比例对比

图表：希望购买的游戏手机具有什么特征调查

图表:主流年龄段用户计划购买游戏手机可接受价位分布对比

图表：主流年龄段用户对七大品牌的预购率调查对比

图表：主流年龄段用户希望游戏手机具有的特征对比

图表：2008年1月-4月2000元及以下手机关注比例走势

图表：2000元以上与以下产品数量分布比例对比

图表：2000元及以下手机产品数量分布

图表：2000元及以下不同像素手机数量分布对比

图表：2000元及以下不同像素手机关注比例分布对比

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机数量分布对比

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2000元及以下最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：十大厂商2000元以内产品数量分布对比

图表：十大厂商2000元及以下产品占各自产品线的比例对比

图表：TOP1-TOP5五大厂商2000元及以下不同像素产品分布

图表：TOP6-TOP10五大厂商2000元及以下不同像素产品分布

图表：诺基亚不同系列产品分布状况

图表：索尼爱立信不同系列产品分布状况

图表：三星不同系列产品分布状况

图表：摩托罗拉不同系列产品分布状况

图表：联想不同系列产品分布状况

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布

图表：2008年中国手机市场进行品牌关注调查样本

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2008年与2007年最受用户关注的十大手机品牌排名对比

图表：2008年Q1-Q4诺基亚关注比例走势

图表：2008年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势

图表：2008年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2008年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2008年Q2索尼爱立信与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2008年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售量情况

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售额情况

图表：2008年1季度中国手机市场各品牌所占比例

图表：2008年1季度中国手机市场渠道比例分析

图表：2008年1-4季度宁波波导股份有限公司主营构成

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司每股指标分析

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司获利能力分析

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司经营能力分析

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司偿债能力分析

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司资本结构

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司发展能力分析

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司现金流量分析

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司主营业务收入

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司主营业务利润

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司营业利润

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司利润总额

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司净利润

图表：2008年1-4季度四川长虹电器股份有限公司主营构成

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司每股指标分析
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司获利能力分析
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司经营能力分析
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司资本结构
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司发展能力分析
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司现金流量分析
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司主营业务收入
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司主营业务利润
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司营业利润
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司利润总额
图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司净利润
图表：2008年1-4季度康佳集团股份有限公司主营构成
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司每股指标分析
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司获利能力分析
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司经营能力分析
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司偿债能力分析
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司资本结构
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司发展能力分析
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司现金流量分析
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司主营业务收入
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司主营业务利润
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司营业利润
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司利润总额
图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司净利润
图表：2008年1-4季度TCL集团股份有限公司主营构成
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司每股指标分析
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司获利能力分析
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司经营能力分析
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司偿债能力分析
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司资本结构
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司发展能力分析

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司现金流量分析
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司主营业务收入
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司主营业务利润
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司营业利润
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司利润总额
图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司净利润
图表：2008年1-4季度中兴通讯股份有限公司主营构成
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司每股指标分析
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司获利能力分析
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司经营能力分析
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司偿债能力分析
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司资本结构
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司发展能力分析
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司现金流量分析
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司主营业务收入
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司主营业务利润
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司营业利润
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司利润总额
图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司净利润
图表：2006-2010年亚太地区（不含日本）的照相手机销售量统计和预测
图表：2009-2010年全球Wi-Fi功能手机的年出货量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98008.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法

- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）

，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。